



U.E.N. VEGETALES ALIMENTOS



La Hacienda

*Nelson Escamez
Vladimir Petit
Biagio Pilusso
Fernando Gutierrez L.*



ORGANIGRAMA ALIMENTOS LA HACIENDA

*Gerencia
General*

*Administración y
Finanzas*

*Investigación y
Desarrollo*

*Mercadeo y
Ventas*

*Recursos
Humanos*

U.E.N. VEGETALES

U.E.N. JUGOS

*U.E.N.
Mermeladas*

U.E.N. TOMATES



- **Tomates aporta 32% a ingresos de la compañía**
- **Aporta 41% a los costos fijos de la empresa**
- **Gasto de 11% con relación a ventas de la compañía**
- **Precios por encima de sus competidores**
- **Contribución a la utilidad neta de 64%**
- **Poca variedad en la oferta de portafolio**

CADENA DE VALOR OPERATIVA

Dirección: Planificación, Organización, Control de Gestión, Mejoramiento Continuo

Administración y Finanzas: Tesorería, Contabilidad

Recursos Humanos: Entrenamiento, Reclutamiento y Selección

Logística

- Planificación de la Demanda
- Gestión de Almacenes
- Procura
- Despacho y Transporte
- Atención al Cliente

Producción

- Materia Prima
- Planificación
- Control de Calidad
- Innovación y Desarrollo
- Plantas de Producción
- Mantenimiento

Mercadeo y Ventas

- Estudios al Consumidor
- Lanzamiento de Productos
- Publicidad
- Manejo de Canales
- Trademarketing
- Atención Clientes



SALSA PARA PASTAS



F
U M Y
N E R V
C C E
A N
I D T
Ó E A
O S
N



DESARROLLO DE SALSAS PARA PASTAS

MERCADEO

DESARROLLO

FINANZAS

I.- EVALUACIÓN DE OPORTUNIDADES

- 1,- MERCADO
- 2,- TÉCNICA
- 3,- FINANCIERA
- RESUMEN EJECUTIVO

II. DISEÑO DEL CONCEPTO

- 1,- Desarrollo imagen
- 2,- Análisis financiero
- 3,- Modelo de
- 4,- RESUMEN

III.-DESARROLLO DEL PRODUCTO Y PRODUCTO

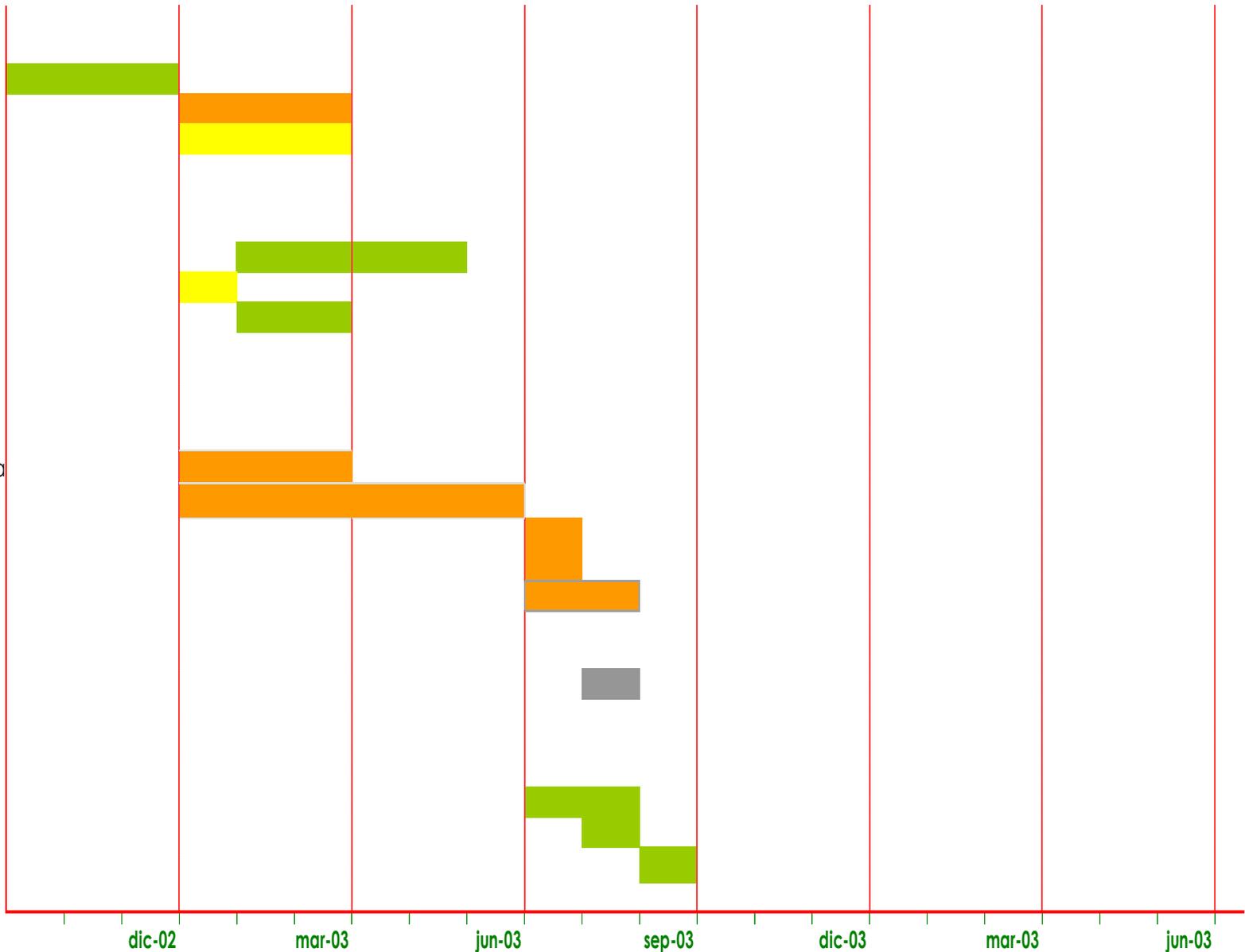
- 1,- Desarrollo de Formula
- 2,- Obtención de registro
- 3,- Validación de proceso y pruebas de
- 4,- Pruebas de

IV.- VALIDACIÓN

- 1,- Producción de
- 4,- RESUMEN

V.- LANZAMIENTO

- 1,- Proceso
- 2,- Presentación
- 3,- Inicio de Ventas
- 4,- RESUMEN



Indicadores	Investigación de Mercado (Estudios)	Lanzamiento de Productos	Promoción y Publicidad	Gestión del Canal de Distribución
Cantidad	Estudios a Realizar: 1	Número de productos: 1 Linea (4 SKU)	Número de anuncios: 2 - Plan PR, Plan 2.0 Número de promociones: 1	Número de visitas: 6000
Calidad	Tiempo de entrega: 3 meses	Lanzamientos exitosos: 100 %	Recordación de los clientes: 70 %	Visitas exitosas: 70 % (Llenado de Canales-Ventas)
Desempeño	HH/Estudio: 1440	HH/ producto: 1.440	Costo por anuncio: 15.000 BsF	HH/visita: 1.5

Recursos y Presupuesto

Indicadores	Investigación de Mercado (Estudios)	Lanzamiento de Productos	Promoción y Publicidad	Gestión del Canal de Distribución
Mano de Obra	5.000	10.000	30.000	15% SOBRE EL P.V.P SUGERIDO
Servicios contratados	25.000	3.500	300.000	
Uso de activos	2.000	25.000	15.000	
Insumos	750	22.000		
TOTALES	32.750	60.500	345.000	

PROMOCIONES

	SI	NO	%	BS. INVERSION	TIEMPO - PERIODO
DESCUENTOS	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	5	150.000	30 DIAS
PUBLICACIONES	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>			
▪ ABASTOS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
▪ CADENAS	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>		135.000	6 MESES
▪ REGIONALES	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>		60.000	6 MESES
▪ SUPERMERCADO / INDEPENDIENTES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
▪ OTROS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
TOTAL				345.000	

Estado de Resultados Proyectado (Bs.F)

UEN TOMATES	2002	2003	2004	2005	2006
<i>Ventas Brutas</i>	3.465.967	4.852.354	6.308.060	8.200.478	10.660.621
Menos:					
Dctos y Devoluciones	235.685	306.391	413.627	579.078	579.078
<i>Ventas Netas</i>	3.230.282	4.545.963	5.894.433	7.621.400	10.081.543
Menos:					
Costo de Venta	1.140.898	1.483.167	1.853.959	2.502.845	2.502.845
<i>Utilidad Bruta</i>	2.089.384	3.062.796	4.040.474	5.118.555	7.578.698
Gastos Fijos y Variables	1.262.250	1.640.925	2.133.203	2.666.503	3.599.779
EBITDA	827.134	1.421.871	1.907.271	2.452.052	3.978.919
Egresos Financieros	145.362	171.527	222.985	278.732	376.288
Utilidad Neta antes de ISLR	681.772	1.250.344	1.684.286	2.173.320	3.602.631

Premisas					
Inflación	20%	20%	30%	30%	30%
Crecimiento Ventas (Nom)	22%	40%	30%	35%	40%
Crecimiento Gastos (Nom)	18%	18%	30%	25%	35%
Crecimiento Costo Vtas (Nom)	20%	18%	35%	35%	35%

